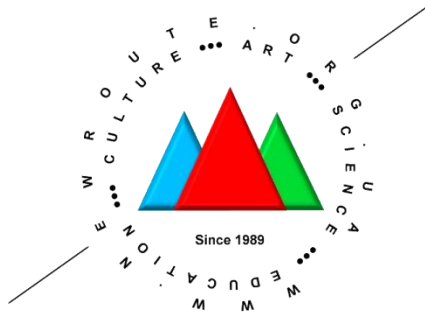




Специфіка розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища

Колективна монографія

УДК 009:3(082)
С71

С71 **Специфіка розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища:** кол. моногр. – Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2021. – 124 с.

ISBN 978-617-7886-24-1

Рецензенти

Штулер Ірина Юрївна,
*доктор економічних наук, професор,
перший проректор ВНЗ «Національна академія управління»*

Косуля Ірина Юрївна,
*кандидат соціологічних наук, доцент,
член редакційної колегії збірника наукових праць
«Соціально-гуманітарний вісник» СГ НТМ «Новий курс»*

Харченко Артем Вікторович,
*кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри українознавства, культурології та історії науки
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»*

*Рекомендовано до друку редакційною колегією збірника наукових праць
«Соціально-гуманітарний вісник» (протокол № 1-мн від 27.05.2021)*

У монографії висвітлюються питання сучасних відносин у сфері педагогіки, соціології, філософії, психології та соціальних комунікацій, мистецтвознавчі, культурологічні, філологічні, історичні, економічні, управлінські та правові аспекти розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища. Монографія буде корисною науковцям, викладачам, здобувачам вищої освіти, а також широкому колу осіб, які цікавляться питаннями специфіки розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища.

ISBN 978-617-7886-24-1

© СГ НТМ «Новий курс», 2021
© Автори, 2021

Зміст

	Стор.
Передмова	... 5
Розділ перший.	
Сучасні відносини у сфері педагогіки, соціології, філософії, психології та соціальних комунікацій	... 7
1.1. Особливості виникнення стресових станів у сучасній молоді в умовах пандемії	... 7
1.2. The feature of language dispersion as a typical for multinational cultures and digitized society	... 14
1.3. Боротьба з негативним інформаційно-пропагандистським впливом в умовах «гібридної» війни	... 20
1.4. Вплив громадської думки в процесі формування державної політики	... 28
1.5. Социальная сущность чрезвычайных ситуаций	... 34
1.6. Концепція толерантності у філософії Джона Локка: уроки для сьогодення	... 38
Розділ другий.	
Мистецтвознавчі, культурологічні, філологічні та історичні аспекти формування соціально-гуманітарного середовища	... 46
2.1. Веб-дизайн: концептуальні засади проектування	... 46
2.2. Дизайн театрального костюма в процессе развития авангардного искусства в украине 20-30 гг. XX века	... 53
2.3. Julio Cortazar's literary heritage in the context of modern cultural and literary studies	... 59
2.4. Зародження економічної науки в Харкові (від В. Каразіна до І. Гамперле)	... 63
2.5. Риторичний аналіз промови до випускників Барака Обами (2020 р.)	... 68

Розділ третій.

Економічні, управлінські та правові аспекти розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища	...	75
3.1. Проблема вибору оптимальної моделі соціальної політики України	...	75
3.2. Some social aspects of the legal regulation of economic insolvency (bankruptcy) in the Republic of Belarus	...	82
3.3. Впливи глобалізаційних та євроінтеграційних процесів на систему міжкультурних комунікацій	...	87
3.4. Интеллектуальная собственность как неотъемлемый элемент развития бизнеса в современном обществе	...	97
3.5. Політико-управлінські аспекти розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища	...	102
3.6. Видатки соціального призначення міського бюджету та критерії їх оптимізації у контексті забезпечення бюджетної безпеки	...	106
3.7. Развитие женского предпринимательства в Республики Беларусь	...	114
Післямова	...	121

Передмова

Соціальне середовище або оточуючий нас зовнішній соціальний світ безпосередньо впливає на людину та певні соціальні групи. Норми права, традиції, правила поведінки в суспільстві є невід'ємною складовою соціуму. Соціальне середовище містить суспільні умови становлення, існування, розвитку та діяльності людей, які тісно пов'язані з суспільними відносинами. Соціально-гуманітарне середовище – це сукупність умов існування людини та суспільства: економічні, політичні, соціальні, духовні, територіальні умови, що впливають на становлення особистості. Розвиток соціально-гуманітарної сфери, як частини національного господарства, є фундаментальною основою забезпечення життєдіяльності суспільства та задоволення їх потреб та інтересів.

З огляду на вищезазначене, тема колективної монографії є актуальною для розвитку вітчизняного та зарубіжного соціально-гуманітарного середовища. У колективній монографії будуть розглянуті питання специфіки розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища через призму педагогічних, соціологічних, філософських, психологічних, мистецтвознавчих, культурологічних, філологічних, історичних, економічних, управлінських та правових аспектів його розвитку.

Авторський колектив монографії представляють наступні науковці (інформацію подано мовою оригіналу рукопису автора): Koren Tatyana Anatolyevna, Баранов Святослав Юрійович, Баранова Алла Игоревна, Березовська-Чміль Олена Борисівна, Білоніжка Інна Сергіївна, Богданович Алексей Борисович, Брежнєва-Єрмоленко Ольга Василівна, Варіна Ганна Борисівна, Дубрівна Антоніна Петрівна, Дубрівна Антоніна Петрівна, Зайцева Вікторія Дмитрієвна, Каркин Юрий Владимирович, Кобець Юлія Василівна, Кравчук Ольга Юріївна, Кучин Сергій Павлович, Муханова Олена Миколаївна, Народовська Ольга Миколаївна, Николаева Татьяна Вадимовна, Орлова Алина Владимировна, Радіонова Людмила Олексіївна, Слободянюк Анатолій Володимирович, Сонечко Ольга Сергіївна, Стадник Григорій Васильович, Тарарышкіна Любов Івановна, Требін Михайло Петрович, Чалюк Юлія Олексіївна, Чернишова Таїсія Олексіївна, Шевченко Світлана Віталіївна, Шепелева Олена Володимирівна, Щур Александр Сергеевич

Кравчук Ольга Юріївна
Кандидат політичних наук
*Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова*
Сонечко Ольга Сергіївна
*Національний університет кораблебудування
імені адмірала Макарова*

3.3. Впливи глобалізаційних та євроінтеграційних процесів на систему міжкультурних комунікацій

У сучасному суспільстві спостерігається підвищений інтерес до вивчення культур різних народів, особливостей ділового етикету і питань міжнародних дипломатичних відносин як між союзами держав, так і між окремими країнами. Все це пов'язано з поточними процесами інтеграції, інтернаціоналізації та глобалізації насамперед світової економіки і торгівлі. У даній статті розглядається глобалізація як перехід до більш інтегрованої та взаємозалежної світової економіки, а також представлена спроба розглянути проблеми, які постають перед міжнародними компаніями. Також розглядаються певні особливості культурологічних відмінностей у різних культурах.

Глобалізаційні процеси змінюють не тільки політику й економіку, але й характер людського спілкування, який набуває нових форм і розв'язує нові завдання. А. Н. Чумаков вважає, що **глобалізація** – «це багатоаспектний природно-історичний процес становлення в масштабах планети цілісних структур і зв'язків ...» [7]. І. А. Гобозов, навпаки, підкреслює, що до настання глобалізації в світі завжди мали місце інтеграційні процеси, коли народи і держави співпрацювали між собою, обмінювалися матеріальними і духовними цінностями, широко використовувалися торговельні зв'язки [3]. Таким чином, під глобалізацією слід розуміти складний процес світової інтеграції країн, який включає об'єднання політичної, економічної і культурної сфер.

Взагалі у сучасному розумінні та сприйнятті глобалізації можна виділити чотири основні підходи.

По-перше, це розуміння зміцнення та тісного розвитку зв'язків будь-якого рівня між різними країнами із різних куточків планети. Часи, коли кожна країна існувала ніби сама по собі та її відносини із іншими державами були обмежені, залишилися в минулому. Наразі в

світі не так багато країн, які «відгороджуються» від інших та концентрують всю діяльність лише всередині самих себе. Так, прикладом може слугувати всім відома своїм політичним режимом та обмеженнями Північна Корея.

По-друге, мова йде про поширення по всіх країнах спільних для всього людства культури, технологій, ціннісних орієнтацій, ідей та теорій, поведінки та способу особистого та суспільного життя. Саме завдяки глобалізаційним процесам стало можливим формування нового типу культурних відносин майже в усіх країнах світу. Можливість обміну досягненнями культури, знайомства із новими знаннями та можливостями сприяло формуванню нового типу інтересів та відносин між людьми. Розповсюдження нових технологій та наукових досягнень призвело до становлення нового типу суспільних відносин, що почали будуватися на спільних ідеях, теоріях та знаннях. Необхідність спілкування з людьми з інших країн та суспільств спонукало людей до засвоєння нових знань, навичок та можливостей.

По-третє, глобалізація, на жаль, призводить до виникнення так званих глобальних проблем суспільства. Мова йде про екологічні, політичні, соціальні, військові, релігійні, міграційні проблеми тощо. Ці проблеми виникають через діяльність людей, через стурбованість економічного зростання та моментів, що з цим пов'язані. Саме розвиток економіки, в першу чергу, викликає проблеми кліматичного характеру, а це пов'язано із міграцією, проблемами зростання безробіття, поширення злочинності тощо.

По-четверте, глобалізація передбачає зростання та розвиток усіх сфер інтересів людського розвитку, які виникають внаслідок поглиблення взаємозв'язків та взаємозалежності народів та країн. Модернізація секторів виробництва товарів та надання послуг призводить до виникнення нових споріднених економічних інтересів та взаємодій.

Глобалізація має кілька аспектів, включаючи глобалізацію ринку і глобалізацію виробництва. **Глобалізація ринку** – це злиття історично різних і ізольованих національних ринків в єдиний глобальний ринок. Руйнування торгових бар'єрів, створення торгових спілок і стандартизація правил міжнародної торгівлі полегшує вихід на закордонні ринки, а смаки і переваги споживачів в різних країнах все більше стають уніфікованими, сприяючи, таким чином, створенню глобального ринку. Типовими прикладами даного розвитку можна

назвати продукцію компанії Coca-Cola, гамбургери McDonald's, продукцію Apple, а також ОС Windows від Microsoft. Найбільші корпорації світу мають доходи, що дорівнюють, або навіть перевищують валовий внутрішній продукт деяких розвинених держав, що ще більш яскраво проявляється в країнах із ринком, що знаходиться лише на стадії формування.

Активізація інтеграційних процесів у світі взагалі та в Європі зокрема є характерною рисою сучасного розвитку країн. При цьому навіть ті з них, які не входять до складу інтеграційних об'єднань, неминуче відчують на собі значний вплив таких процесів.

Одним з найбільш важливих чинників, що спонукають компанії розширювати свою діяльність на міжнародному рівні, є чинники низької вартості виробництва в таких країнах, що розвиваються, як Китай і Індія. Це мало величезний вплив на економіку країн, що розвиваються, виступивши каталізатором їх процесу зростання. Однак, для виходу на новий ринок в іншій країні потрібно враховувати культурологічні відмінності, оскільки спочатку перешкодою є такі фактори, як місцева культура і знання місцевого ринку. Існують різні засоби, завдяки яким компанія може прийняти рішення про вихід на ринок, однією з таких моделей є модель Упсали, яка передбачає, що компанія повинна спочатку виділити ресурси на зовнішній ринок, за допомогою яких вона отримує ноу-хау на місцевому ринку, і це є основою, на якій можуть бути зроблені подальші оцінки [12]. Однак є багато компаній, які не дотримуються таких моделей і обирають найкоротший шлях до накопичення знань про ринок, інвестуючи або прибираючи місцевого партнера, наприклад, Wal-Mart увійшов до Великої Британії, купивши мережу супермаркетів Asda.

Під **глобалізацією виробництва** розуміється організація поставок товарів і послуг з різних країн світу для отримання переваг з національних відмінностей у вартості і якості чинників виробництва. Це дозволяє знизити загальні витрати і підвищити якість і функціональність своїх товарних пропозицій. У міру глобалізації ринку виникла необхідність в створенні інститутів, які допомагають регулювати і направляти функціонування глобального ринку, а також сприяти укладанню міжнародних угод для управління системою глобального бізнесу. Були створені великі глобальні інститути, такі як: Світова організація торгівлі (СОТ), Міжнародний валютний фонд (МВФ), Світовий банк, а також Організація Об'єднаних Націй (ООН).

Всі ці інститути були створені на основі домовленостей між країнами, а функції їх обумовлені міжнародними угодами.

Основними наслідками глобалізації є міжнародний поділ праці, міграція в масштабах усієї планети капіталу, людських та виробничих ресурсів, стандартизація законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур різних країн. Це об'єктивний процес, зумовлений розвитком транспорту та засобів зв'язку, він має системний характер, тобто охоплює всі сфери життя суспільства. В результаті глобалізації світ стає більш зв'язаним і залежним від усіх його суб'єктів. Відбувається збільшення як кількості спільних для груп держав проблем, так і кількості та типів інтегрованих суб'єктів.

У 2000 році Міжнародний валютний фонд ідентифікував чотири базові аспекти глобалізації: торгівлю й фінансові транзакції, рух капіталу та інвестицій, міграцію людей та розповсюдження знань [3].

Зниження торговельних бар'єрів і технічні інновації, прогрес в телекомунікаціях, обробці інформації та розвитку засобів транспорту все більше посилюють інтеграцію ринків. Мережі глобальних комунікацій дозволяють створювати електронні глобальні ринки.

Внаслідок процесу інтеграції окремих етнічних культур у єдину світову культуру на засадах розвитку засобів комунікації, економічних зв'язків, соціальних перетворень відбувається глобалізація культури. В міжкультурній комунікації це відбивається через розширення контактів між державними інститутами, соціальними групами й індивідами різних країн та культур, запозиченні культурних цінностей та зміні культурного середовища внаслідок міграцій [1].

Однак, незважаючи на явну наявність інтеграційних процесів, істотні національні відмінності, як і раніше, виразно проявляються в культурі, споживчих перевагах та практиках ведення бізнесу.

У період глобалізації величезне значення мають процеси міжкультурних комунікацій. Як окрема людина не може нормально існувати в ізоляції від інших людей, так жодна культура не здатна повноцінно функціонувати в ізоляції від культурних досягнень інших народів. Сьогодні природна ситуація, коли будь-який народ відкритий для сприйняття чужого культурного досвіду і одночасно готовий ділитися з іншими народами продуктами власної культури (культури буття, економічної культури). Це звернення до культур інших народів отримало найменування взаємодія культур або **міжкультурна комунікація**.

Розуміння крос-культурної грамотності є ключем до успіху в бізнесі в різних країнах. **Крос-культурна грамотність** – це розуміння як культурні відмінності всередині країн та між країнами впливають на практику ведення бізнесу. Наприклад, бізнес в Китаї заснований на гуансі (guanxi) – це система соціальних відносин з іншими людьми, заснована на взаємних зобов'язаннях і яка займає центральне місце в практиці бізнесу. Так, традиційно принцип гуансі стосується майже всіх сфер діяльності китайців, отже, згідно з традиціями, розповсюджується і на сферу бізнесу. Отже, фірми та підприємства, що не мають в своєму розпорядженні достатньо гуансі (взаємодопомога, довіра, допомога), можуть мати під час роботи та діяльності певні проблеми. Таким чином, якщо іноземна компанія бажає досягти успіху на китайському ринку, особливо на внутрішньому, вона повинна якимось чином адаптуватися до вимог, традицій та культурних особливостей країни. Так само можна казати й про певні особливості або традиції будь-якої країни, на ринок якої бажає «зайти» нова компанія. Однак, не варто забувати, що культура не статична, і з часом деякі традиції та звичаї можуть мати тенденцію до змін.

Герт Гофстед визначає культуру як «колективне програмування розуму, яке надає відміну членам однієї групи людей від членів іншої Культура в цьому сенсі включає в себе системи цінностей, і цінності є будівельними блоками культури» [6]. Наші вчені описують культуру як сферу духовної, ціннісної, комунікативної організації суспільства, яка визначає норми поведінки, мислення, почуттів різних верств населення і націй в цілому (Гуревич, 1991; Парахонський, 1995) [7].

Цінності створюють основу культури. Під цінностями представлені абстрактні ідеї про те, що група вважає хорошим, правильним, бажаним. Цінності – це уявлення про те, яким має бути те, що нас оточує [8]. Вони забезпечують основу, в якій задаються і обґрунтовуються суспільні норми і поняття: демократія, справедливість, чесність, роль жінки, істина, лояльність і т. д. Цінності також відображаються в політичній і економічній системі суспільства. Демократія і вільний ринок є відображенням філософської системи цінностей, з особливим значенням індивідуальної свободи.

Звичаї – це громадські умовності, що існують та діють у повсякденному житті. Наприклад ставлення до часу в різних культурах є відмінним в північноєвропейських країнах і арабських або

середземноморських. Так, в перших країнах бізнесмени вважають за потрібне витратити багато часу на складання розкладу своїх справ і говорять про час як про гроші, які можуть бути заощаджені або втрачені. В інших культурах час є більш розтяжним і дотримання графіка не вважається настільки важливим і не вважається проявом не повага до бізнес-партнеру. Тому різним культурам доводиться коригувати очікування відповідним чином. Звичаї також включають ритуали і символічні дії. Вони служать зовнішнім виразом більш глибоких цінностей. При веденні переговорів необхідно враховувати культурні цінності своїх партнерів і не нехтувати їх звичаями та нормами.

Моральні норми – це норми, які вважаються основними для суспільства і його соціального життя. До моральних норм відносяться неприйняття злодійства, подружньої зради і т. д. Наприклад в США вживання алкоголю є цілком допустимим, в той час як в Саудівській Аравії це розглядається як порушення суспільних підвалин і карається позбавленням волі.

Прагнення зрозуміти чужі культури і поведінку їх представників існує стільки ж часу, скільки існує культурне та етнічне розмаїття людства. В кожній країні існують свої системи цінностей і поведінкових стереотипів національної ділової культури, що й пояснює різні підходи до вирішення однієї і тієї ж управлінської проблеми.

Міжкультурна комунікація (МК) – це наука, яка вивчає особливості вербального та невербального спілкування людей, що належать до різних національних та лінгво-культурних спільнот. Об'єктом міжкультурної комунікації є спілкування представників різних національних і лінгво-культурних спільнот, а предметом – прийняті в національних спільнотах мовні стереотипи і норми поведінки, спілкування, певні «культурні сценарії» різних дій, усталені моделі сприйняття та оцінювання предметів і явищ, соціально унормовані звички, традиції, ритуали, дозволи, заборони тощо. За визначенням з вікіпедії: **Міжкультурна комунікація** – це зв'язок і спілкування між представниками різних культур, що передбачає як безпосередні контакти між людьми і їх спільнотами, так і опосередковані форми комунікації (в тому числі мову, мову, писемність, електронну комунікацію) [13].

Датою народження міжкультурної комунікації як академічної дисципліни можна вважати 1954 рік, коли вийшла у світ книга Є. Хола

і Д. Трагера «Culture as Communication» («Культура як комунікація»). У даній роботі автори вперше запропонували для широкого вживання термін «міжкультурна комунікація», що відбивала, на їхню думку, особливу галузь людських відносин. Пізніше основні положення та ідеї міжкультурної комунікації були більш докладно розвинуті у відомій роботі Е. Хола «The Silent Language» («Німа мова», 1959 р.) де автор показав тісний зв'язок між культурою і комунікацією. Вважається, що Е. Холл є засновником міжкультурної комунікації як окремої дисципліни.

Для розуміння еволюції міжкультурної комунікації необхідно приділити увагу вивченню багатьох факторів — **детермінантів культури** (рис. 1), які формують культурні відмінності, цінності і норми різних суспільних груп. Очевидне відмінність однієї країни від іншої забезпечує мову. В ній віддзеркалюються ключові особливості людської особистості та всієї національно-культурної спільноти. Країни з більш ніж однією мовою часто мають більше однієї культури. Китайська мова є рідною мовою для найбільшого числа людей в світі, проте найбільш широко використовуваним мовою в світі є англійська. Він стає все частіше мовою міжнародного бізнесу. Однак знання місцевих мов забезпечує величезну перевагу і допомагає укласти угоди. При незнанні мовних особливостей можна провалити випуск продукту на ринок або укласти не вигідний договір. Не менш важливе місце для конкурентоспроможності бізнесу та його успіху займає рівень освіти у країні розташування. Найбільш характерною особливістю періоду глобалізації, зумовленої дією чинника знання, є створення нових міжкультурних структур, які репрезентують новітню глобальну культуру і слугують базою для її розвитку. Нові міжкультурні соціальні, економічні структури, організаційні об'єднання, які не належать до жодної країни, що утворюються в ході глобалізації, описуються в літературі як «оверстрат інтелектуалів» (особлива група людей, що володіє здібностями ефективно використовувати інформацію і знання в повсякденному комунікації); «Креативний клас»; «Малі організаційні групи» і ін. Оверстрат інтелектуалів відрізняється новою культурою, що вимагає для свого розвитку ключових компетенцій, здатності вирішувати конфлікти ненасильницьким шляхом, співпрацювати з людьми інших культур, вчитися протягом усього життя, володіти письмовій та усній комунікацією, інформаційними технологіями. Поняття креативний клас було введено Річардом Флоридою в 2002 р. для опису людей,

творча діяльність яких вимагає значної незалежності мислення, високого рівня освіти і людського капіталу. Для тих, хто входить в креативний клас, всі аспекти і всі прояви креативності – технологічні, культурні та економічні – взаємопов'язані і нероздільні. «Креативність, – писав Флорида, – це рушійна сила економічного розвитку, і креативний клас до теперішнього часу зайняв домінуюче становище [2]. З точки зору міжнародного бізнесу важливий аспект освіти полягає в його ролі як детермінанти національного конкурентної переваги.

Взаємозв'язок релігії, етики та суспільства є дуже тонким і складним. Релігія впливає на поведінку людей і формує культуру і робить сильний непрямий вплив на світ. Релігійна етика часто впливає на витрати ведення бізнесу в країні. Соціальні структури можуть відрізнятися за двома вимірами: індивід-група і ступеня стратифікації. Крім того, різним етнічним групам притаманна специфічна поведінка, яка формується під впливом соціального і фізичного оточення. Специфічні моделі поведінки формують специфічну культуру, яку можна визначити як **менталітет** (система цінностей, ідей, звичаїв), тобто, сукупність конвенцій, які керують соціальними відносинами [5].



Рис. 1. Детермінанти культури

Існує поняття **етноцентризм**, який означає психологічну установку людини сприймати і оцінювати культури, відмінні від його, поведінку їх представників з точки зору своєї культури. При цьому власна культура розглядається як єдино правильна, що перевершує всі інші культури. На думку французького філософа і культуролога А. Моля: «сучасна людина виробляє свою культуру не шляхом цілеспрямованої діяльності щодо подальшого розвитку основ знань, придбаних ним за роки освіти, а під впливом безперервного потоку окремих елементів культури, які поступово накопичуються в загальному процесі культурної діяльності. Таке накопичення не є результатом цілеспрямованих зусиль з придбання систематичних знань – це не відповідає самій суті життя в наш технічний вік; воно відбувається внаслідок постійного припливу із зовнішнього середовища найрізноманітнішої інформації» [4]. Наша свідомість є відображенням навколишнього світу, що позначається на міжкультурній комунікації.

У наш час глобалізація культури набуває загального характеру. З одного боку, світ все більше стає єдиним на основі економічної, технологічної, інформаційної інтеграції, з іншого – посилення інтеграції веде до зростання культурного самосвідомості. У цьому процесі складається конгломерат різних за своєю історією, традиціями, мовою, релігією культурних соціумів, які розвиваються, взаємодіють і впливають один на одного на основі міжкультурної комунікації по внутрішньо притаманним їм законами. Вони відносно самостійні і, залишаючись різними, стикаються в єдиному інформаційному просторі. Ці відмінності позначаються на ставленні до безлічі проблем, що становлять суть сучасної політики і економіки: прав людини, торгових відносин, охорони навколишнього середовища та ін.

Усунення цих бар'єрів залежить від бажання кожної країни налагодити відносини. Це можливо тільки на основі розуміння і поваги соціокультурних відмінностей народів світу в цілому, і унікальності окремої особистості, зокрема.

Активно розвивається процес міграції впливає на зміну соціально-економічного складу інноваційних суспільств, заснованих на обміні ідеями, технологіями, знаннями, створює умови для мультикультуралізму і багатомовними середовища, в яких людина повинна адаптуватися, жити і повноцінно виконувати свою роботу, бути толерантним і сенситивним до культурних цінностям, звичаїв,

традицій інших людей, проявів культурних відмінностей і стереотипним форм поведінки людей, що належать до різних культур.

Висновки. На даному етапі розвитку суспільства виникає необхідність інтеграції культур, зближення національних культур і цінностей, зміцнення культурних, комунікаційних, цивілізаційних зв'язків. Разом з тим, формування нової інтегральної культури або єдиного культурного простору, не означає уніфікації культурних норм, способів сприйняття і усвідомлення світу, культурних генотипів, систем традицій. Будь-який етнос, держава, суспільство повинні сприймати з глобальної системи загальнокультурних зв'язків і взаємодій те, що відповідає їх традиціям, менталітету, психологічному складу. Благополуччя світу багато в чому залежить від здатності як молодого, так і дорослого покоління проявляти повагу і терпимість до людей з інших країн. Комунікативні бар'єри ускладнюють наше життя, гальмують розвиток конструктивних міжнаціональних відносин. Усунення цих бар'єрів залежить від бажання кожної країни налагодити відносини. Це можливо тільки на основі розуміння і поваги соціокультурних відмінностей народів світу в цілому, і унікальності окремої особистості, зокрема.

Джерела

1. Кузьмин А. В. Миграция: проблемы межкультурной коммуникации / А. В. Кузьмин. – Улан-Удэ: Изд-во ВСТТУ – 2006. – 375 с.
2. Головкин Ж. С. Культура и язык: аспекты взаимодействия / Ж.С. Головкин // Научные ведомости. 2016. № 5 (52). – С. 174-176
3. Глобалізація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BB%D0%BE%D0%B1%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>
4. Моль А. Социодинамика культуры / А. Моль. – М.: Прогресс, 2005. – 406 с, 119 с.
5. Мальцева К. С. Міжкультурні непорозуміння і проблема міжкультурного перекладу: Автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.04 / Ін-т філос. ім. Г.С.Сковороди НАН України. – К., 2002. – 20 с.
6. Geert Hofstede, Culture's Consequences international differences in work-related values, p. 21.
7. Культурологія. Конспект лекцій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrnkiga.org.ua/ukrnkiga-text/701/>
8. R. Mead, International Management: Cross-Cultural Dimensions(1994, p.7)
9. Єрмолаєв Г. М. Європейський проект та Україна: монографія / А. В. Єрмолаєв, Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська, О. О. Резнікова [та ін.]. – К.: НІСД, 2018. – 192 с.
10. Історія європейської інтеграції від Римської імперії до Європейського Союзу: монографія ; за ред. І. В. Яковюка. – К.: Ред. журн. «Право України», 2017. – 208 с.
11. Яковюк І. В. Правові основи європейської інтеграції та її вплив на державно-правовий розвиток України: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук: 12.00.01, 12.00.11. – Харків, 2014. – 40 с.
12. Uppsala Model For Internationalizing <https://www.youtube.com/watch?v=KFoVbMJDQ44>
13. Межкультурная коммуникация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F.%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F>

Наукове видання

Koren Tatyana Anatolyevna, Баранов Святослав Юрійович,
Баранова Алла Игоревна, Березовська-Чміль Олена Борисівна,
Білоніжка Інна Сергіївна, Богданович Алексей Борисович,
Брежнєва-Єрмоленко Ольга Василівна, Варіна Ганна Борисівна,
Дубрівна Антоніна Петрівна, Дубрівна Антоніна Петрівна,
Зайцева Вікторія Дмитріївна, Каркин Юрій Володимирович,
Кобець Юлія Василівна, Кравчук Ольга Юріївна,
Кучин Сергій Павлович, Муханова Олена Миколаївна,
Народовська Ольга Миколаївна, Николаєва Татяна Вадимовна,
Орлова Алина Володимировна, Радіонова Людмила Олексіївна,
Слободянюк Анатолій Володимирович, Сонечко Ольга Сергіївна,
Стадник Григорій Васильович, Тарарышкіна Любов Івановна,
Требін Михайло Петрович, Чалюк Юлія Олексіївна,
Чернишова Таїсія Олексіївна, Шевченко Світлана Віталіївна,
Шепелева Олена Володимирівна, Щур Александр Сергеевич
(Інформацію подано мовою оригіналу рукопису автора).

Специфіка розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища

Колективна монографія

Видання українською, російською та англійською мовами

Підписано до друку 27.05.2021.
Формат 60х84/16. Папір офсетний. Друк цифровий.
Гарнітура Times New Roman. Друк. арк. – 6,3.
Наклад 300 прим.

Видавець СГ НТМ «Новий курс»
Вул. Манізера, 3, м. Харків, 61002, Україна
Тел.: 097-044-03-09, e-mail: nr1989@ukr.net
Свідцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і
розповсюджувачів видавничої продукції:
серія ДК № 6392 від 07.09.2018.